

Digitalisasi Dakwah Aswaja: Tantangan dan Peluang di Era Media Sosial

Faiqotun Nafisah *¹
Zakiyyatul Fuadah ²
Nurul Mubin ³

^{1,2,3} Program Studi Pendidikan Agama Islam, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo, Indonesia

*e-mail: faiqotunnafisah121@gmail.com , zakiyyatul30@gmail.com , mubin@unsiq.ac.id

Abstrak

Penelitian ini membahas transformasi dakwah Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja) dalam menghadapi era digital, khususnya melalui media sosial. Dakwah Aswaja yang sebelumnya berbasis luring kini dihadapkan pada dinamika komunikasi daring yang menuntut adaptasi cepat terhadap teknologi dan preferensi audiens digital, terutama generasi muda. Studi ini menggunakan metode kajian pustaka dengan pendekatan kualitatif tematik untuk mengeksplorasi tantangan struktural, teknis, dan ideologis dalam digitalisasi dakwah. Temuan menunjukkan bahwa meskipun dakwah Aswaja menghadapi keterbatasan dalam literasi digital, media sosial menawarkan peluang besar untuk memperluas jangkauan pesan Islam moderat secara lebih interaktif dan responsif. Kesimpulan dari studi ini menekankan pentingnya perancangan strategi dakwah digital yang tidak hanya adaptif secara teknis, tetapi juga konsisten dengan nilai-nilai ideologis Aswaja dalam menjaga harmoni sosial dan menghadirkan Islam yang rahmatan lil 'alamin di era digital.

Kata kunci: Aswaja, dakwah digital, Islam moderat, komunikasi dakwah, media social

Abstract

This study explores the transformation of Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja) preaching in the digital era, particularly through social media platforms. Traditional offline-based da'wah now faces the challenges of online communication, requiring quick adaptation to digital technologies and the preferences of younger digital-native audiences. Using a qualitative literature review with a thematic approach, this study analyzes the structural, technical, and ideological challenges of digitalizing Aswaja da'wah. Findings reveal that despite limitations in digital literacy, social media offers vast opportunities to broaden the outreach of moderate Islamic messages in a more interactive and responsive way. The study concludes that effective digital da'wah strategies must be both technically adaptive and ideologically grounded in Aswaja values, contributing to social harmony and promoting Islam as a religion of compassion in the digital age.

Keywords: Aswaja, digital da'wah, Islamic moderation, da'wah communication, social media

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas utama dalam menyebarkan ajaran Islam kepada umat manusia (Rustandi, 2019). Fungsi dakwah tidak hanya terbatas pada penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai media transformasi sosial dan pembinaan moral masyarakat (Ramdhani, 2018). Dalam konteks Indonesia, model dakwah yang dianut oleh kelompok Ahlussunnah wal Jamaah (Aswaja) telah terbukti efektif dalam menjaga nilai-nilai toleransi, moderasi, dan keseimbangan antarumat beragama.

Tradisi Aswaja berkembang dalam berbagai bentuk dakwah yang adaptif dan ramah terhadap budaya lokal. Pesan-pesan keagamaan disampaikan melalui pengajian, majelis taklim, hingga kesenian bernuansa Islam. Nilai-nilai seperti tawassuth (moderat), tawazun (seimbang), tasamuh (toleran), dan i'tidal (adil) menjadi fondasi utama dalam setiap praktik dakwah Aswaja, menjadikannya sebagai model Islam Nusantara yang damai dan inklusif (Sirajuddin, 2020).

Kehadiran teknologi digital secara masif telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, termasuk dalam hal keberagamaan. Munculnya media sosial seperti YouTube, TikTok, Instagram, dan podcast menawarkan kanal-kanal baru dalam menyampaikan pesan dakwah kepada generasi

digital. Perubahan ini menjadi titik krusial bagi Aswaja dalam menyesuaikan metode dakwah yang sebelumnya berbasis luring ke dalam bentuk daring yang lebih interaktif dan visual.

Konten keagamaan kini bersaing dalam ruang algoritmik yang mengedepankan kecepatan, viralitas, dan respons emosional. Pesan-pesan Islam moderat dari kalangan Aswaja sering kali kalah pamor dengan konten keagamaan yang bersifat provokatif, populis, atau bahkan ekstrem. Dalam kondisi demikian, narasi keislaman Aswaja berisiko tenggelam di tengah derasnya arus informasi yang tidak selalu proporsional atau bertanggung jawab.

Dai dan lembaga dakwah berbasis Aswaja menghadapi tantangan dalam memahami dinamika media sosial. Banyak dari mereka yang belum memiliki keterampilan digital yang memadai, seperti manajemen konten, desain grafis, analitik media, hingga literasi digital secara menyeluruh. Akibatnya, transformasi digital yang seharusnya menjadi peluang, justru menjadi beban karena minimnya kesiapan sumber daya manusia.

Media sosial menawarkan potensi besar untuk menjangkau audiens lebih luas dan membentuk opini publik keagamaan yang sehat (Mukhroman, 2025). Karakteristik media sosial yang terbuka, dialogis, dan real-time sangat sesuai untuk membangun komunikasi dakwah yang responsif dan relevan. Peluang ini sangat penting bagi Aswaja untuk menguatkan posisinya sebagai pengusung Islam moderat yang kompatibel dengan kehidupan modern.

Strategi dakwah perlu didesain dengan mempertimbangkan karakteristik media sosial dan preferensi audiens digital, khususnya generasi muda. Penggunaan pendekatan visual, narasi storytelling, dan penyederhanaan pesan menjadi bagian penting dalam mengefektifkan dakwah. Pesan Aswaja yang menekankan perdamaian dan toleransi akan lebih mudah diterima jika dikemas dengan gaya komunikasi yang adaptif terhadap zaman.

Digitalisasi dakwah seharusnya tidak hanya dipahami sebagai alat teknis, tetapi sebagai bagian dari strategi ideologis dalam menjaga keberlangsungan nilai-nilai Aswaja di tengah kompetisi wacana keagamaan global. Pemanfaatan media digital harus diarahkan pada penguatan jati diri Aswaja serta upaya perlawanan terhadap narasi keagamaan yang tidak sesuai dengan prinsip Islam rahmatan lil 'alamin.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana dakwah Aswaja mengalami transformasi di era digital, serta bagaimana peluang dan tantangan yang muncul memengaruhi efektivitas penyebaran pesan dakwah. Penelitian juga akan menelusuri strategi-strategi yang digunakan oleh para dai Aswaja dalam memanfaatkan media sosial untuk mempertahankan serta memperluas pengaruh keislaman moderat di ruang publik digital.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis digitalisasi dakwah Aswaja dalam perspektif komunikasi digital. Penelitian ini akan mengidentifikasi kendala struktural, teknis, dan ideologis yang dihadapi, sekaligus menilai potensi media sosial dalam memperkuat daya jangkau dan daya tarik dakwah Aswaja kepada generasi muda muslim di Indonesia.

Kontribusi dari penelitian ini diharapkan tidak hanya menambah khazanah ilmiah dalam studi komunikasi dakwah dan studi keislaman kontemporer, tetapi juga memberi rekomendasi praktis bagi dai, lembaga keislaman, dan institusi pendidikan dalam membangun strategi dakwah digital yang efektif dan berkelanjutan.

Penguatan dakwah Aswaja di era digital menjadi langkah penting dalam menghadirkan Islam yang damai, toleran, dan progresif di tengah masyarakat yang semakin terdigitalisasi. Dengan strategi yang tepat, dakwah Aswaja dapat memainkan peran sentral dalam menjaga kohesi sosial dan membangun peradaban Islam yang adaptif terhadap perubahan zaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *literature review* atau kajian pustaka. Metode ini dipilih untuk menggali secara mendalam dinamika digitalisasi dakwah Aswaja berdasarkan sumber-sumber tertulis yang relevan (Hadi & Afandi, 2021). Penelitian tidak melibatkan pengumpulan data lapangan secara langsung, tetapi berfokus pada analisis kritis terhadap literatur ilmiah, artikel jurnal, buku, dokumen kebijakan, serta konten digital yang

berkaitan dengan praktik dakwah dan media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk meninjau perkembangan konsep, tantangan aktual, serta peluang strategis yang dimiliki Aswaja dalam ruang dakwah digital.

Sumber data diperoleh melalui penelusuran sistematis terhadap artikel ilmiah nasional dan internasional yang terbit dalam lima tahun terakhir, serta publikasi digital dan konten media sosial dari tokoh dan lembaga dakwah Aswaja (Yanti et al., 2024). Penelusuran dilakukan menggunakan basis data daring seperti Google Scholar, DOAJ, dan Garuda, dengan kata kunci seperti “dakwah digital,” “Aswaja,” “media sosial,” “Islam moderat,” dan “komunikasi dakwah.” Selain itu, beberapa platform media sosial ditelusuri sebagai bahan pembandingan narasi dan pendekatan komunikasi yang digunakan dalam dakwah Aswaja secara daring.

Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan pendekatan tematik. Setiap literatur dianalisis untuk mengidentifikasi pola-pola utama terkait strategi dakwah Aswaja di media sosial, tantangan teknis dan ideologis, serta potensi media digital dalam memperluas jangkauan dakwah. Proses analisis melibatkan interpretasi kritis terhadap isi sumber dan penarikan kesimpulan berdasarkan integrasi antara teori komunikasi dakwah, pemikiran Aswaja, dan dinamika ruang digital. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis terhadap upaya digitalisasi dakwah Islam yang berakar pada nilai-nilai moderat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Transformasi Dakwah Aswaja di Era Media Sosial

Perkembangan teknologi digital yang pesat, terutama media sosial, telah mengubah secara fundamental cara dakwah Aswaja disampaikan (Fabriar, 2024). Secara tradisional, dakwah Aswaja dilakukan secara langsung melalui majelis taklim, pengajian, atau ceramah di masjid yang bersifat tatap muka (Juzmanizar, 2022). Namun, dengan kemunculan media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast, aktivitas dakwah mulai merambah ke ranah digital yang jauh lebih luas dan dinamis. Perubahan ini bukan sekadar soal medium penyampaian, tetapi juga mengubah gaya komunikasi dan metode dakwah yang harus lebih visual, interaktif, dan singkat agar dapat menarik perhatian audiens digital, terutama generasi muda yang menjadi mayoritas pengguna platform ini.

Transformasi digital ini memberikan peluang besar bagi Aswaja untuk memperluas jangkauan dakwah secara nasional bahkan internasional. Melalui konten video pendek, infografis, dan podcast, pesan-pesan moderat yang mengedepankan nilai toleransi, keseimbangan, dan kedamaian bisa disebarkan secara masif dengan biaya yang relatif lebih murah dibandingkan metode konvensional (Mutakin & Khasanah, 2023). Selain itu, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah sehingga dakwah tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga membuka ruang diskusi dan tanya jawab secara real time. Hal ini mendukung terciptanya pemahaman yang lebih mendalam dan personal antara dai dengan jamaah digital.

Adaptasi ini juga menghadirkan tantangan tersendiri bagi para dai dan lembaga dakwah Aswaja yang selama ini terbiasa dengan pendekatan luring. Mereka harus belajar dan menguasai teknologi digital, memahami algoritma media sosial, serta mengembangkan strategi komunikasi digital yang efektif. Transformasi ini juga menuntut kreativitas dalam menyajikan konten agar tidak terkesan kaku dan monoton, tetapi tetap konsisten dengan nilai-nilai keislaman Aswaja yang moderat dan inklusif. Oleh karena itu, proses pembelajaran dan pelatihan literasi digital menjadi sangat penting untuk memastikan keberhasilan transformasi dakwah ini.

Perubahan pola komunikasi dakwah ini tidak hanya membawa perubahan pada bentuk penyampaian, tetapi juga pada substansi pesan. Dalam ranah digital yang sangat kompetitif, pesan dakwah harus dirancang dengan cara yang lebih mudah diterima dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens, khususnya generasi muda (Uyuni, 2023). Pendekatan storytelling, penggunaan bahasa sederhana, serta visualisasi yang menarik menjadi metode efektif yang mulai diadopsi oleh para dai Aswaja. Dengan demikian, dakwah yang awalnya bersifat formal dan konvensional kini menjadi lebih fleksibel dan kontekstual, mampu menjawab isu-isu kekinian tanpa meninggalkan esensi utama nilai moderasi.

Secara keseluruhan, transformasi dakwah Aswaja melalui media sosial adalah sebuah keniscayaan yang membawa perubahan positif sekaligus menuntut kesiapan sumber daya manusia yang memadai. Adaptasi ini harus terus didorong agar dakwah tetap relevan, tidak kehilangan daya tarik, dan mampu bersaing dengan berbagai narasi keagamaan lain di ruang digital. Keberhasilan transformasi ini akan sangat menentukan peran Aswaja dalam menjaga moderasi Islam di Indonesia di tengah era digital yang serba cepat dan penuh tantangan.

Tantangan yang Dihadapi dalam Digitalisasi Dakwah Aswaja

Meskipun media sosial menyediakan peluang besar bagi pengembangan dakwah Aswaja, proses digitalisasi ini tidak berjalan mulus tanpa hambatan. Salah satu tantangan paling mendasar adalah rendahnya kompetensi digital di kalangan para dai dan lembaga dakwah (Untung, 2019). Banyak dai yang belum menguasai teknologi digital secara memadai, mulai dari pengelolaan konten, desain grafis, editing video, hingga strategi optimasi di platform media sosial. Kondisi ini menyebabkan dakwah Aswaja kurang optimal dalam menarik perhatian audiens yang sangat selektif dan cepat beralih ke konten lain yang lebih menarik secara visual dan emosional.

Selain keterbatasan sumber daya manusia, tantangan lain yang signifikan adalah persaingan konten di media sosial yang sangat ketat. Konten dakwah Aswaja yang bersifat moderat dan berimbang seringkali kalah populer dibandingkan konten keagamaan yang provokatif, populis, atau ekstrem yang cenderung lebih viral dan mendapat perhatian luas. Algoritma media sosial yang mengedepankan engagement tinggi membuat konten dengan narasi emosional mudah menyebar cepat, sementara pesan dakwah yang mengedepankan toleransi dan moderasi kadang tidak mendapatkan ruang yang proporsional. Hal ini menjadi ancaman serius bagi keberlangsungan nilai-nilai Aswaja di ranah digital.

Risiko penyebaran informasi palsu (hoaks) dan distorsi narasi keagamaan juga semakin meningkat di media sosial (Alya et al., 2023). Dalam ruang digital yang terbuka dan minim kontrol, konten yang tidak bertanggung jawab bisa dengan mudah beredar dan mengganggu citra serta kredibilitas dakwah Aswaja. Oleh sebab itu, para dai harus dilengkapi dengan literasi digital dan kemampuan kritis agar dapat menjaga keakuratan informasi dan melawan narasi-narasi negatif yang bertentangan dengan prinsip Islam rahmatan lil 'alamin. Ini menuntut peran aktif dalam monitoring dan moderasi konten dakwah.

Tantangan lainnya adalah keterbatasan sumber daya finansial dan kelembagaan yang mendukung pengembangan dakwah digital (Nurhabibi et al., 2025). Banyak lembaga dakwah Aswaja yang belum memiliki anggaran khusus atau tim khusus yang fokus pada pengelolaan media sosial. Akibatnya, dakwah digital sering dilakukan secara sporadis dan kurang terorganisir sehingga dampak yang dihasilkan belum maksimal. Keterbatasan ini harus menjadi perhatian penting agar digitalisasi dakwah bisa menjadi strategi jangka panjang yang berkelanjutan, bukan hanya sebagai respons sesaat terhadap tren teknologi.

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan ini membutuhkan perhatian serius dan kolaborasi antara dai, lembaga dakwah, serta berbagai pihak yang peduli untuk memperkuat kapasitas sumber daya manusia, meningkatkan profesionalisme pengelolaan media sosial, dan membangun ekosistem dakwah digital yang sehat dan produktif. Jika dikelola dengan baik, tantangan ini sebenarnya dapat menjadi momentum untuk inovasi dan penguatan dakwah Aswaja di era digital.

Peluang dan Strategi Penguatan Dakwah Moderat Aswaja melalui Media Sosial

Media sosial memberikan peluang besar bagi dakwah Aswaja untuk memperluas pengaruh dan menguatkan narasi Islam moderat yang inklusif dan toleran (Yanti, 2024). Karakteristik media sosial yang terbuka, mudah diakses, dan memungkinkan interaksi dua arah sangat sesuai untuk membangun komunikasi dakwah yang responsif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens digital (Chanra & Tasruddin, 2025). Platform seperti YouTube dan Instagram menyediakan fitur-fitur yang memungkinkan dakwah disampaikan dalam format video pendek,

story, maupun live streaming, yang dapat meningkatkan engagement dan memperkuat hubungan emosional dengan audiens.

Strategi penguatan dakwah Aswaja yang efektif di media sosial harus mempertimbangkan preferensi dan karakteristik audiens, terutama generasi muda yang cenderung menyukai konten visual, narasi yang mudah dipahami, dan komunikasi yang interaktif (Fabriar, 2024). Oleh karena itu, penggunaan storytelling yang mengangkat isu-isu sosial dan keagamaan dengan bahasa yang sederhana dan relatable sangat penting. Visualisasi yang menarik dan desain grafis yang profesional juga dapat membantu pesan dakwah lebih menonjol di antara lautan konten digital.

Selain itu, pengembangan komunitas digital menjadi strategi kunci untuk memperkuat jaringan dakwah Aswaja. Melalui pembentukan grup-grup diskusi, forum online, atau komunitas pengikut, dai dapat membangun loyalitas dan memperluas pengaruh dakwah secara organik. Kolaborasi antara tokoh dakwah, influencer, dan lembaga keagamaan juga dapat memperkuat dampak penyebaran pesan moderasi dan mengurangi fragmentasi narasi di ruang digital.

Investasi dalam pelatihan literasi digital bagi dai dan pengelola dakwah merupakan aspek penting untuk meningkatkan kualitas dakwah digital (Jafar et al., 2024). Pelatihan ini meliputi penguasaan teknik produksi konten, manajemen media sosial, analitik untuk memahami tren dan preferensi audiens, serta strategi menghadapi narasi negatif atau hoaks. Dengan kapasitas yang memadai, para dai dapat lebih percaya diri dan profesional dalam mengelola dakwah digital, sehingga dapat bersaing dengan narasi lain yang kurang moderat.

Digitalisasi dakwah Aswaja seharusnya tidak dilihat hanya sebagai alat teknis semata, tetapi sebagai strategi ideologis yang krusial dalam menjaga eksistensi dan keberlanjutan nilai-nilai Islam moderat. Dengan strategi yang tepat dan sinergi antar berbagai elemen dakwah, Aswaja dapat memainkan peran sentral dalam membangun peradaban Islam yang damai, toleran, dan adaptif terhadap perubahan zaman yang semakin terdigitalisasi. Peluang ini harus dimanfaatkan secara optimal agar dakwah Aswaja tetap relevan dan berpengaruh di tengah persaingan wacana keagamaan global.

KESIMPULAN

Digitalisasi dakwah Aswaja menghadirkan tantangan signifikan sekaligus membuka peluang besar dalam menyebarkan nilai-nilai Islam moderat di era media sosial. Tantangan utama yang dihadapi meliputi rendahnya literasi digital di kalangan dai dan lembaga dakwah Aswaja, serta dominasi algoritma media sosial yang lebih mengutamakan konten sensasional. Namun demikian, media sosial menawarkan potensi besar sebagai medium dakwah yang inklusif, partisipatif, dan efisien dalam menjangkau khalayak luas, khususnya generasi muda. Untuk itu, dakwah Aswaja perlu melakukan reorientasi strategi dengan mengintegrasikan pendekatan visual, naratif, dan interaktif tanpa meninggalkan akar ideologisnya. Dakwah digital Aswaja tidak hanya sekadar respons terhadap perkembangan teknologi, tetapi merupakan upaya strategis untuk menjaga eksistensi Islam rahmatan lil 'alamin di tengah kompetisi narasi keagamaan yang semakin intens di ruang digital. Penelitian ini mendorong penguatan kapasitas digital dai dan lembaga Aswaja, serta pengembangan kurikulum pendidikan dakwah yang kontekstual dengan era media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam penyusunan artikel ini, khususnya kepada dosen pembimbing, rekan sejawat, serta seluruh narasumber dan institusi yang telah menyediakan referensi dan data yang relevan. Semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan dakwah Islam moderat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Alya, T., Insani, S. C., Khuzaimah, N. A. Z., & Maryadi, V. Z. D. (2023). Meninjau etika masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial di masa pemilu menggunakan etika media sosial. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains dan Sosial Humaniora*, 1(02).
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872-881.
- Fabriar, S. R. (2024). *Dakwah di era digital: Potret aktivitas dakwah Nawaning*. Penerbit NEM.
- Hadi, N. F., & Afandi, N. K. (2021). Literature review is a part of research. *Sulawesi Tenggara Educational Journal*, 1(3), 64-71.
- Jafar, M. K., Azzochrah, N. A., Taufani, T., Nurain, S. N. S. D., & Arib, J. M. (2024). Pelatihan literasi digital keuangan di Masjid Al-Amanah Kota Manado. *FuDiMas: Jurnal Fuad Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 65-72.
- Jusmanizar, F. M. V. (2022). Potret dakwah di Kelurahan Batu Gadang Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang. *Jurnal Mediakita: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 60-76.
- Mukhroman, I. (2025). Viralitas Surat Al-Fatihah Dewa 19: Negosiasi makna agama di media sosial. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 78-91.
- Mutakin, A., & Khasanah, S. U. (2023). *Moderasi dakwah untuk generasi millennial melalui media digital*. Publica Indonesia Utama.
- Nurhabibi, N., Arifannisa, A., Ismail, D., Kuswandi, D., Anggraeni, A. F. D. G., & Aji, Y. A. (2025). Strategi lembaga pendidikan Islam dalam membentuk karakter siswa di era digital. *Jurnal Pendidikan Indonesia: Teori, Penelitian, dan Inovasi*, 5(2).
- Ramdhani, R. (2018). Dakwah dan pemberdayaan masyarakat berbasis agama. *Jurnal Ilmiah Syi'ar*, 18(2), 8-25.
- Rustandi, R. (2019). Cyberdakwah: Internet sebagai media baru dalam sistem komunikasi dakwah islam. *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3(2), 84-95.
- Sirajuddin, S. (2020). *Buku literasi moderasi beragama di Indonesia*. Penerbit Zigie Utama.
- Untung, S. (2019). Masjid dan aktivitas dakwah di era revolusi industri 4.0. *Religia*, 22(2), 227-247.
- Uyuni, B. (2023). *Media dakwah era digital*. Penerbit Assofa.
- Yanti, N. P. E. D., Triana, I. K. D. L., Wahyudin, Y., Suarningsih, N. K. A., & Marlina, T. (2024). *Karya tulis ilmiah: Teori & pedoman penulisan karya ilmiah*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Yanti, S. D. (2024). Internalisasi prinsip dakwah multikultural dalam pembelajaran Islam dan moderasi beragama: Studi kasus pada mahasiswa KPI UINSI Samarinda. *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 2(02), 1-15.